



Communication et organisation

45 | 2014

Risques mineurs, changements majeurs

Quel regard sur les « vieux »

Approche communicationnelle du lien social chez les Boomers in bloom

Eloria Vigouroux-Zugasti



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/4620>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.4620

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 2014

Pagination : 261-270

ISBN : 978-2-86781-904-9

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Eloria Vigouroux-Zugasti, « Quel regard sur les « vieux » », *Communication et organisation* [En ligne], 45 | 2014, mis en ligne le 01 juin 2014, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/4620> ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.4620

Quel regard sur les « vieux »

approche communicationnelle du lien social chez les *Boomers in bloom*

Eloria Vigouroux-Zugasti¹

En Asie, et notamment au Vietnam, les personnes vieillissantes sont perçues comme éminemment sages, dont l'expérience et les connaissances sont respectées par tous. Les solidarités familiales et communautaires y sont beaucoup plus marquées qu'en France. Prendre soin de son aïeul est ainsi perçu comme allant de soi, puisqu'il profite d'une retraite méritée après avoir effectué son devoir envers sa famille et envers son pays. Le culte des ancêtres est particulièrement prépondérant, notamment à travers de la fête du Têt, où les Vietnamiens remercient leurs ancêtres pour ce qu'ils leur ont apporté (paix, savoir, travail, etc.) (Vion, Brisset, 2011). « Quand on boit l'eau, on pense à la source » est un dicton répandu qui illustre cette philosophie de respect et de reconnaissance des aïeux. Qu'en est-il en France ? « Cachez cet âge que je ne saurais voir » écrivait Serge Guérin dans *L'invention des seniors* en 2007. Cette phrase résume à elle seule le positionnement de la société française face au vieillissement, en totale contradiction avec la culture vietnamienne. Les retraités sont perçus comme une charge qu'il importe à la famille et aux pouvoirs publics d'assumer. Nous vivons dans une société tournée vers la jeunesse, où accepter de vieillir rime avec « renoncer » (Tournier, Mathey, Postal, 2011). Ainsi, en 2010, un laboratoire a lancé une crème antirides à destination de jeunes filles âgées de 8 à 12 ans. La richesse des « vieux », leurs savoirs, leurs souvenirs et leur expérience ont moins de poids qu'un visage à la peau bien tendue. Or, comme le disait, Amadou Hampâté Bâ dans *Amkoullel, l'enfant Peul* : « Quand un vieillard meurt, c'est une bibliothèque qui brûle ».

Ainsi, dans notre société, les retraités sont particulièrement stigmatisés. Ils sont ancrés dans des représentations liées à la lenteur, à l'immobilité, à la dépendance ou à la mort. Cependant, ces modèles sociaux ne tiennent plus, face aux changements sociaux et culturels portés par les *papy-boomers*, que

¹ Eloria Vigouroux-Zugasti est doctorante de l'Université Bordeaux Montaigne. Ses recherches portent sur la réhabilitation des retraités dans les discours et dans la société française, via l'usage des technologies numériques chez cette population. Elle étudie particulièrement l'impact de ces technologies sur la capacité des retraités à maintenir, voire (re)créer du lien social ; e.vigouroux.zugasti@gmail.com

nous appellerons ici *Boomers in Bloom*. *Boomers* fait référence à leur cohorte générationnelle, et *in bloom*, à traduire « en fleur », met en exergue l'importance d'avoir des projets, afin que les seniors donnent du sens à leurs années de retraite. Nicole Rasclé et Jean Bouisson expliquent effectivement que « tout vieillissement est à situer dans un contexte socio-économique, culturel, familial, individuel et collectif, à comprendre par rapport à l'histoire d'un sujet sans cesse en développement. » (Rasclé, Bouisson, 2011). Nés durant les Trente Glorieuses, les *Boomers in Bloom* n'ont que peu ou pas connu, contrairement à leurs aînés, les privations de la guerre et les carences qui en découlent. Ils ont grandi durant l'âge d'or de la société de consommation et ont participé aux mouvements de Mai 1968, révolutionnant ainsi les valeurs morales et les critères de confort de la société française. Les *Boomers in Bloom* représentent aujourd'hui une figure inédite. En meilleure santé que leurs aînés, ils sont beaucoup plus consommateurs et dynamiques. Ils tendent à bouleverser les modèles sociaux classiques de la retraite et ainsi à révolutionner l'image que l'on se fait de cette dernière.

État des lieux sur les retraités en France : constat d'une incompréhension

Les idées préconçues qui alimentent le discours sur les seniors ont été développées par Alfred Sauvy, dont les propos furent massivement médiatisés au XX^e siècle. Pour lui, les retraités se placent dans une position d'attente de la mort, provoquant une perte de vitalité et de volonté de consommer. Il semble que ce discours « anti-vieux » ait servi de socle à la construction des modèles et des âges sociaux français. Ces derniers sont cruciaux, car ils constituent l'ensemble des représentations attachées à un groupe social, conditionnant la morale et les comportements de ce dernier. John Bargh, professeur de psychologie sociale à l'université de Yale, a réalisé un test pour prouver la puissance des représentations mentales inconscientes sur nos comportements. Il a ainsi mis à l'épreuve une cohorte d'étudiants, en leur faisant entendre une suite de mots contenant notamment les termes « gris », « rides », « appareils auditifs », « Floride »². Il a observé que les étudiants, après avoir été soumis à ce champ lexical, se déplaçaient de manière beaucoup plus lasse et lente qu'à l'ordinaire, et étaient davantage enclins à utiliser l'ascenseur. Les mots et leurs représentations mentales ont donc un réel impact inconscient sur le comportement des individus, qu'ils soient ou non concernés par le modèle social dont il est question. Ainsi, ne pourrait-on pas penser que les modèles sociaux, centrés autour de la dépendance, de la vulnérabilité et du déclin, sont les principaux responsables de l'apparition de ces trois phénomènes chez les retraités ?

De plus, comme le remarque Muriel Boulmier, dans *Arrêtez de nous prendre pour des vieux*, « il y a une mise en abyme des retraités autonomes. Nous passons

² Référence culturelle américaine selon laquelle la Floride est un État particulièrement prisé par la population retraitée (NdA).

de seniors actifs en fin de carrière à la dépendance, sans prendre en compte les populations qui se situent entre ces deux états ». En effet, les concepts de vulnérabilité, de dépendance, de sénilité et de déprise caractérisent aujourd'hui la retraite, alors que l'âge moyen d'entrée en maison de retraite, et donc dans la grande dépendance, se situe autour de 83 ans, selon le Caisse Nationale de Solidarité pour l'Autonomie (CNSA). Les stéréotypes ne laissent pas de place aux retraités bien portants. Or « ce que tout un chacun est en droit d'attendre d'une culture [...], c'est qu'au travers des modèles, des scénarii divers, des politiques stimulantes, elle le soutienne et l'accompagne dans un processus qui commence dès le début de l'existence et qui ne cesse qu'avec la mort » (Bouisson, 2011). Il est aujourd'hui nécessaire de revoir l'image que l'on a de la retraite, afin de permettre aux seniors de se projeter dans un avenir qui ne soit pas centré autour de la dépendance et de la vulnérabilité. Il leur sera ainsi permis de rester en prise avec les évolutions de la société.

Le poids des représentations dans les modèles sociaux

Il semble que le discours « anti-vieux », très ancré en France, ait servi de socle aux modèles et aux âges sociaux modernes. Ces derniers sont cruciaux, car ils constituent l'ensemble des représentations attachées à un groupe social. L'exemple de l'expérimentation de John Barg sur ses étudiants est une démonstration du poids des représentations sur les comportements. Les dénominatifs pour les groupes sociaux de moins de trente ans sont nombreux : nourrissons, jeunes enfants, enfants, pré-adolescents, adolescents, jeunes adultes, etc. Or, les dénominatifs pour ce qui concerne les seniors sont beaucoup plus restrictifs et péjoratifs : vieux, senior, retraité, ancien, etc. Cette dénomination nourrit ainsi les idées préconçues qui se développent sur cette population, qui tend à faire d'eux des êtres exclus, de gré ou non, de la société. Il s'agit aujourd'hui de ne plus laisser les retraités de côté, mais de les aider à donner du sens à leur vie. Il est primordial de les aider à développer des projets sur plusieurs années, qui ne soient pas centrés autour des désagréments de la vieillesse. Cette notion de « donner du sens » est absolument fondamentale pour construire une vision pérenne et saine de la retraite.

Il est aujourd'hui nécessaire de mieux catégoriser les retraités, afin de bien souligner les distinctions entre les différents groupes sociaux. Cela permettra de diffuser des modèles sociaux justes et représentatifs de cette multitude de profils, d'envies, d'intérêts et de besoins que sont les seniors. Ceci est d'autant plus important qu'une meilleure représentativité permettra de mieux communiquer avec les différents groupes de seniors, et ainsi de les aider à se projeter dans un avenir qui ne soit pas centré autour de la dépendance et de la vulnérabilité, mais autour de centres d'intérêts adaptés à leurs attentes et à leur besoins. Il leur sera alors permis de rester en prise avec une société qui les considère à leur juste valeur.

Comme l'explique Fabien Granjon, dans *Reconnaissance et usages d'Internet*, il existe trois sphères normatives de la société : l'amour, le droit et l'estime de soi, relatives à la reconnaissance mutuelle, au respect en tant que sujet juridique et au partage de pratiques. Ces trois sphères forment l'infrastructure morale des sociétés modernes. Celle qui nous intéresse ici concerne la sphère de l'estime de soi, l'estime sociale. Partager des normes culturelles avec une communauté nous amène à être acceptés par cette dernière. Il s'agit d'une accréditation, d'une reconnaissance de soi par les autres qui est cruciale pour l'estime sociale de soi et dans la construction identitaire. Après tout, « c'est d'abord dans le regard de l'autre que l'on se voit » (Rivière, Brugière, 2011). Dans le cas contraire, l'individu ne peut se sentir comme faisant partie du corps social et doit subir le déni de ce dernier. Les retraités souffrent aujourd'hui de ce rejet social. Ils se voient mis à l'écart des évolutions, notamment numériques, la société préférant injustement leur parler de couches pour adultes ou de maison de retraite plutôt que d'ordinateurs ou de tablettes. Or, dans une société chaque jour un peu plus numérisée, celui qui ne pratique pas le numérique est laissé de côté.

Réintégration sociale de retraités - Âges et modèles sociaux : un facteur de déprise ?

Selon Jean-Paul Tréguer dans la quatrième édition du *Senior marketing*, les poids des préjugés a beaucoup d'impact sur les consciences (Tréguer, 2007). C'est ce que nous avons pu constater dans l'exemple de l'expérimentation de John Bargh. Jean-Paul Tréguer ajoute que, pour cerner une population, il est usuel de pratiquer des segmentations par âge. Or, nous pouvons en présenter trois. L'âge biologique, le plus objectif, qui repose sur un vieillissement programmé, qui prend appui sur le temps qui passe. Vient ensuite l'âge psychologique, qui dépend des comportements que l'on apprend et que l'on développe. Il s'agit ici de l'âge que la personne souhaite avoir. Ainsi, dans notre étude de master *Usages et représentations de l'informatique chez les retraités de 56 à 70 ans*, nous avons pu constater que les retraités interrogés ne se sentaient pas « vieux », et qu'ils n'avaient pas l'impression de faire leur âge. Pia-Caroline Henaff Pineau relève d'ailleurs ce comportement, dans le chapitre 3 de *Vivre les âges de la vie*, en parlant du « refus d'être catalogué dans « les vieux » et [de] la conviction que la vieillesse ne s'évalue pas sur l'âge mais par un état d'esprit » (Henaff-Pineau, 2012). La troisième segmentation repose sur l'âge social, grandement influencé par les modèles, les représentations et les préjugés que la société développe. Il s'agit de l'ensemble des comportements qui sont ou ne sont pas acceptés par les mœurs de la société. Chaque génération doit donc se comporter comme la société attend qu'elle se comporte. Ainsi, une quinquagénaire aimant sortir en discothèque en mini-jupe avec ses amies sera plus durement jugée qu'une jeune fille ayant le même comportement. Cet âge peut être considéré comme tout à fait propre à chaque pays. En effet, chaque pays attache des images aux générations qui le composent.

Nous pouvons également observer des phénomènes de comparaisons latérales, ascendantes et descendantes, qui consistent à se comparer à des personnes du même âge, plus jeunes ou plus âgées. Cela permet à l'individu de situer ses comportements et ses capacités, en les mettant en parallèle avec ceux des autres. Comme l'explique Pia-Caroline Henaff-Pineau, « la comparaison avec les autres est un moyen de s'extraire de la catégorie des vieux. [...] Faire "jeune" ou "ne pas faire son âge" passe par l'aisance de la motricité et par la capacité à réaliser des actions dynamiques que d'autres personnes, du même âge ou plus âgées, peinent à effectuer » (Henaff-Pineau, 2012). Or, cette question, rattachée à la segmentation par âge social, est problématique. En effet, il est communément admis que les retraités, avec l'avancée en âge, développent des attitudes de retrait, de déprise, voire de dépendance. Or, ces comportements sont-ils davantage dus à l'avancée en âge qu'aux modèles sociaux qu'on leur impose ? Un retraité peut-il se sentir « jeune » et avoir des comportements différents de ceux de son âge sans que cela pose problème ?

En effet, comme nous l'avons dit plus haut, le discours général concernant les seniors est grandement lié à des images négatives, figées et tristes (dépendance, solitude, poids pour la famille, etc.). Les images que l'on véhicule aux retraités, qu'ils soient jeunes ou non, sont fortement rattachées à celles des maisons de retraite, de couches pour adulte et autres colles pour dentier. L'image que l'on renvoie aux retraités leur montre un avenir où ils seront affaiblis et dépendants. Comment donc parvenir à maintenir son dynamisme, quand toute une société vous pousse dans la direction inverse ? Comme le disait Simone de Beauvoir dans *Essai sur la vieillesse*, « nous essayons de nous représenter qui nous sommes à travers la vision que les autres ont de nous » (De Beauvoir, 1970). Citation que vient renforcer Pia-Caroline Henaff-Pineau, « il est fréquent de voir dans le regard des autres la cruelle objectivation d'un vieillissement que l'on ne ressent pas, créant ce décalage [...] entre l'image vieillie et le sentiment d'être toujours jeune dans sa tête » (Henaff-Pineau, 2012). Nous pouvons donc considérer que le regard de la société, aussi pesant soit-il, est déterminant dans le processus de vieillissement, et dans les phénomènes de déprise ou de dépendance. Les discours sur les retraites donnent l'image d'individus passifs et dépendants, modèles écrasants qui peuvent être considérés comme les principaux référents donnés aux seniors sur leur avenir. Nous pouvons ainsi prendre l'exemple de défaillances cognitives passagères (oublis, etc.) qui, avec l'âge, ont tendance à être trop vite considérées comme des prémices de maladies de type Alzheimer que comme un épisode passager, poussant les seniors à se catégoriser « défaillants » ou même « séniles » sans recherche plus approfondie.

Nous nous trouvons aujourd'hui à un tournant, avec les premières générations de retraités habituées et intéressées par les technologies numériques. Comme nous l'avons dit plus haut, ces nouveaux « vieux » tendent à bouleverser les modèles sociaux admis jusqu'à maintenant. En meilleure santé que leurs aînés

et plus dynamiques, ils ne correspondent plus à l'image classique que l'on se fait des retraités. Il nous faut donc aujourd'hui retravailler notre discours à l'attention des retraités, et ce sous plusieurs aspects. Tout d'abord, il est nécessaire de catégoriser davantage les actuels groupes de retraités. Cet âge de la vie regroupe une multitude de générations, d'habitudes de vie et de milieux sociaux qui ne peuvent être regroupés sous un seul et même vocable. Mieux catégoriser les retraités demande à la société de faire attention à eux et de mieux les connaître. Il s'agit de comprendre les différents besoins et les différentes attentes des retraités, afin d'être en capacité d'adapter les discours et les offres dont ils sont destinataires. Il s'agit de mettre en place « une nouvelle logique de développement » et « une évolution des représentations » dont parlait déjà Serge Guérin en 2011 dans *La Nouvelle société des seniors*. Cela évitera des discours stigmatisés et englobant, qui peuvent s'avérer blessant pour ceux qui ne sont pas concernés par les difficultés survenant parfois avec la vieillesse.

De plus, il est aujourd'hui nécessaire d'axer le discours sur le vieillissement vers d'autres thèmes que la dépendance, la maladie ou la vulnérabilité. Après tout, la retraite est une époque de la vie où l'individu dispose de son temps pour faire ce dont il a envie. C'est le sens que nous donnons à l'expression *Boomers in bloom*. La retraite doit être davantage perçue comme une époque emplies de possibilités, au cœur de laquelle les projets jusqu'alors repoussés peuvent être réalisés. Il est essentiel d'aider les retraités à donner du sens à leur vie, à rester actifs malgré la cessation de l'activité professionnelle. La « vie active » ne doit pas être réduite à la simple vie professionnelle.

Les technologies numériques et les jeunes retraités : l'occasion du changement de discours

Les âges et modèles sociaux sont aujourd'hui à remettre en cause. En effet, les *Boomers in bloom* développent des comportements et des pratiques qui ne sont pas en accord avec les représentations que l'on se faisait jusqu'alors des personnes de leur âge. Comme le dit Jean-Paul Tréguer, il existe un écart entre les générations, c'est-à-dire que la vie n'est plus comparable à celle d'il y a trente ans (Tréguer, 2007), et les consciences doivent évoluer. C'est aujourd'hui un fait auquel nous nous confrontons avec l'attrait des seniors pour les technologies numériques. Cet attrait est étonnant au premier abord. Comme le dit Laurence Le Douarin dans le dixième chapitre de *Vivre les âges de la vie*, « chaque génération serait marquée par une affinité particulière avec certaines technologies, celle qu'elle a découvertes dans son enfance ou dans sa jeunesse » (Le Douarin, 2012). Or, cela n'est pas le cas pour notre cohorte générationnelle, qui n'a découvert les technologies numériques qu'à l'âge adulte, durant la vie professionnelle. Avec l'avancée en âge, les générations de seniors se succéderont, avec des pratiques numériques de plus en plus ancrées. « Il est probable que chaque génération augmentera significativement son

degré de pratique au cours des prochaines décennies ». (Le Douarin, 20102) Il s'agit ici de la socialisation aux outils. Plus les générations passeront, et plus elles feront preuve de pratiques numériques prononcées. Ce ne sont pas tant les *Boomers in bloom* d'aujourd'hui qui comptent, mais davantage les générations successives qui atteindront cet âge. Nous nous trouvons, en 2014, face à un phénomène qui nous paraît tout à fait original et nouveau, mais qui tendra à devenir banal au fil des ans.

Or, le nombre toujours croissant de cours d'informatique à destination des retraités laisse entrevoir les difficultés qu'ils semblent rencontrer. « *Les digital immigrants* » (parents ou grands-parents) devraient s'adapter perpétuellement aux nouvelles technologies de l'information et de la communication » (Le Douarin, 2012). Il est difficile d'apprendre et de comprendre l'environnement numérique lorsque nous ne sommes pas nés dedans, comme les « *digital natives* ». La logique, tout comme l'équipement et le vocabulaire demandent un gros travail d'apprentissage avant d'être maîtrisés. Laurence Le Douarin fait ici référence à l'image de l'immigrant qui arrive dans un nouveau pays, et qui doit réaliser un travail constant pour apprendre et s'approprier la culture du pays.

Comment donc aider les *Boomers in bloom* et leurs aînés pour s'approprier cet univers dans lequel ils n'ont pas grandi ? Nous avançons ici l'hypothèse que la famille a un grand rôle de médiation à jouer. En effet, l'éclatement des familles et la mobilité géographique rendent les technologies numériques particulièrement utiles pour conserver le lien malgré ces difficultés. De plus, les petits-enfants, que l'on peut qualifier de « *digital natives* » sont la population la plus équipée, selon le CREDOC dans *Conditions de vie et aspiration des Français*. Selon Amandine Brugière et Carole Rivière, dans *Vieillir grâce au numérique*, l'appropriation des nouvelles technologies par la famille est déterminante dans l'apprentissage de ces dernières par le senior. Plus la famille y a recours, et plus le retraité aura d'occasion d'apprendre. « L'imitation augmente la confiance en soi et change la perception de la complexité en levant les inhibitions d'apprentissage ». (Brugière, Rivière, 2011).

Conclusion

Les nouveaux retraités représentent un profil inédit qui bouleverse les idées reçues et les modèles sociaux classiques. Ils sont en meilleure forme que leurs aînés et davantage au fait des évolutions technologiques. Néanmoins, comme le dit Vincent Caradec, tout retraité se retrouve à un moment où le cercle social se réduit, du fait de l'éloignement de la famille et de la mort des proches. Les relations sociales sont réduites, encourageant l'isolement des seniors. Une équipe de recherche de l'université de Chicago a ainsi étudié l'impact de la solitude sur la santé des seniors. Ils sont arrivés à la conclusion que le sentiment de solitude va de pair avec une hausse de l'apparition de la dépression, de l'hypertension et augmente également le risque d'arrêt vasculaires-cérébraux

(AVC). De plus, les retraités souffrant de la solitude sont également davantage victimes de mort précoce. La solitude ferait, aux États-Unis, davantage de morts que l'obésité. Selon l'Organisation Mondiale de la Santé, dans *Actes officiels de l'Organisation mondiale de la Santé*, n° 2, la santé est « un état de complet bien-être physique, mental et social, et ne consiste pas seulement en une absence de maladie ou d'infirmité ». Le bien-être social a donc autant d'importance que le bien-être physique et psychique.

Comment donc parvenir à conserver cet état de bien-être social, problématique manifestement vérifiée chez les retraités qui avancent en âge ? Comme nous avons pu le constater dans cet article, les technologies numériques permettent de briser les frontières d'espace et de temps. Les rencontres et les discussions sont ainsi rendues possibles quel que soit le lieu d'habitation, grâce à la médiatisation par ordinateur. De même, les technologies numériques offrent des possibilités de communication, de divertissement et de rencontres qu'aucune technologie n'a jamais pu proposer jusqu'à présent. Nous soutenons donc ici qu'il est primordial d'enquêter aujourd'hui sur les pratiques numériques des *Boomers in bloom*. En effet, il nous semble particulièrement important de comprendre en quoi et comment les technologies numériques s'intègrent dans leur pratique et en quoi elles peuvent impacter sur la capacité des retraités à maintenir, voire (re)créer du lien social. Ceci leur permettant ainsi de conserver leur emprise sur la société et ses évolutions.



BIBLIOGRAPHIE

- ABBAS Y., DERVIN F., *Technologies numériques du soi et (co)-constructions identitaires*. [s.l.] : Éditions L'Harmattan, 2009. 227 p.
- ALBOU P., *L'image des personnes âgées à travers l'histoire*. [s.l.] : Glyphe & Biotem éd., 1999. 242 p.
- BILLÉ M., GALLOPIN C., POLARD J., *Manifeste pour l'âge et la vie : réenchanter la vieillesse*. [s.l.] : Erès, 2012. 196 p.
- BILLÉ M., MARTZ D., *La tyrannie du « bien vieillir »*. [s.l.] : Éditions Le Bord de l'eau, 2010. 151 p.
- BOUISSON J., BRISET C., TOURNIER I., VION C., *Vieillesse et vulnérabilité : regards croisés*. [s.l.] : MSHA, 2011. 258 p.
- BOULMIER M., *Arrêtez de nous prendre pour des vieux !: Coup de gueule contre dix idées reçues sur le vieillissement*. [s.l.] : Balland, 2013. 121 p.
- CASILLI A. A., *Les Liaisons numériques: Vers une nouvelle sociabilité?* [s.l.] : Seuil, 2010. 138 p.
- CARADEC V., *Vieillir après la retraite: approche sociologique du vieillissement*. [s.l.] : Presses universitaires de France, 2004. 240 p.
- CARADEC V., *Sociologie de la vieillesse et du vieillissement: Domaines et approches*. [s.l.] : Armand Colin, 2012. 142 p.

CHAMAHIAN A., LEFRANÇOIS C., *Vivre les âges de la vie: De l'adolescence au grand âge*. [s.l.] : Éditions L'Harmattan, 2012. 310 p.

CHAMBON J.-L., DAVID A., DEVEVEY J.-M., *Les innovations sociales*. [s.l.] : Presses universitaires de France, 1982. 127 p.

DJELLAL F., GALLOUJ F., « Innovation sociale et innovation de service : première ébauche d'un dialogue nécessaire ». *Innovations*. Vol. n° 38, n° 2, 2012. p. 3766.

DUGUAY B., *Consommation et nouvelles technologies: au monde de l'hyper*. [s.l.]: Liber, 2009. 178 p.

GRANJON F., *Reconnaissance et usages d'Internet: une sociologie critique des pratiques de l'informatique connectée*. [s.l.] : Presses des MINES, 2012. 26 p.

GUÉRIN S., *La nouvelle société des seniors*. [s.l.] : Michalon, 2011. 221 p.

GUÉRIN S., *La société des seniors*. [s.l.] : Michalon, 2009. 244 p.

GUÉRIN S., *L'invention des seniors*. [s.l.] : Hachette Littératures, 2007. 195 p.

LALLEMAND D., *Les défis de l'innovation sociale*. [s.l.] : Esf Editeur, 2001. 140 p.

MAISONNEUVE J., *La dynamique des groupes*. [s.l.]: Presses Universitaires de France, 2011. 128 p.

PERRIAULT J., *Education et nouvelles technologies: théorie et pratiques*. [s.l.] : Nathan, 2002. 125 p.

POQUET G., *L'innovation sociale pour quoi faire ?* [s.l.] : Association internationale futurible, 1976. 143 p.

RIVIÈRE C.-A., BRUGIÈRE A., *Bien vieillir grâce au numérique*. [s.l.] : FYP editions, 2010. 164 p.

SIRINELLI J.-F., *Les Baby-boomers : Une génération (1945-1969)*. [s.l.] : Fayard, 2003. 206 p.

TRÉGUER J.-P., *Le Senior Marketing: Vendre et Communiquer Aux Générations de Plus de 50 Ans*. [s.l.] : Dunod, 2002. 183 p.

Études et rapports

CREDOC, *La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française, 2013* [En ligne]. [s.l.] : Credoc, 2013.

Disponible sur :

http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R297.pdf?bcsi_scan_5771f52a3229adfc=0 (consulté le 22 juin 2014)

CREDOC, *Les internautes, premiers clients des industries culturelles* [En ligne].

Disponible sur : <http://www.credoc.fr/pdf/4p/235.pdf> (consulté le 22 juin 2014)

IFOP, *Observatoire des réseaux sociaux 2013* [En ligne].

Disponible sur : http://www.ifop.com/media/poll/2436-1-study_file.pdf (consulté le 22 juin 2014)

Résumé : En France comme dans d'autres pays européens, les retraités sont particulièrement stigmatisés : ils sont jugés peu dynamiques, peu consommateurs, réfractaires aux innovations, etc. Ces stigmatisations s'appliquent à tous les retraités, alors que ces derniers représentent une multitude de générations, de modes de vie ou encore

de catégories socioprofessionnelles. On ne peut parler à un jeune retraité comme on parle à un centenaire. Or l'entrée de *baby-boomers* à l'âge de la retraite bouleverse ces préjugés. En meilleure santé que leurs aînés au même âge et plus consommateurs que ces derniers, ils tendent à révolutionner l'image que l'on se fait de la retraite, notamment par leurs usages des nouvelles technologies. Ces dernières pourraient avoir une importance prépondérante dans le maintien du lien social chez les retraités, public au sein duquel la solitude peut avoir des conséquences fatales.

Mots-clés : Retraités, lien social, technologies numériques, prospective, innovation sociale, innovation technologique, liens intergénérationnels, donner du sens à la vie, développer des projets personnels, prospective.

Abstract : *In France as in other European countries, retirees are particularly stigmatized: they are sluggish, they are not consumers, they are refractory to innovations, etc. These stigmas apply to all of retired people, whereas they represent a multitude of generations, of ways of life or socio-professional categories. We cannot talk to a young retiree as talking to a centenary retiree. However, the entry of baby-boomers in retirement shakes-up these prejudices. They are in better health than their elders at the same age and that these consumers. Thereby, baby-boomers tend to revolutionize the image that we have of retirement. Moreover, their use of new technologies are unprecendent. These practices could be of paramount importance in maintaining social links among retired public, in which loneliness can have fatal consequences. We must now help retirees "come into bloom" and stay active, so they found a proper place in society.*

Keywords : *Retirees, social links, digital technologies, prospective, social innovation, technological innovation, intergenerational links, give purposes to life, develop personal projects.*